

FAVORICE BURGER

(Perencanaan Pendirian Usaha Burger Nasi)

Hagay Eagle Kainde (hagaikainde@yahoo.com)

Edin Surdi Djatikusuma (edin@mdp.ac.id)

Ratna Juwita (ratna@stie-mdp.ac.id)

Program Studi Manajemen

STIE MDP

Ringkasan Eksekutif : Favorice burger adalah usaha yang bergerak di bidang kuliner yang melakukan diferensiasi dari produk burger roti. Usaha ini akan bertempat di PS Mall lantai 2. Favorice burger memiliki segmentasi pria dan wanita, kalangan menengah ke atas. Target pasar favorice burger adalah pengunjung PS Mall baik anak kecil hingga orang dewasa. Positioning usaha ini adalah alternatif makan praktis namun tetap bergizi. Modal usaha ini sebesar 441.500.000 didapat dari modal sendiri. *Payback Period* untuk *Favorice BURGER* adalah selama **1 tahun 9 bulan**. Hasil NPV adalah sebesar Rp 255.229.750 dan IRR 35,5 %. BEP unit sebesar 26.492 dan BEP Rupiah sebesar Rp 321.102.940.

Kata Kunci : *Favorice BURGER*, burger

Executive Summary : *Favorice Burger is enterprise that engaged in the field of culinary that has made difference from another burger. It will be placed at PS Mall 2nd floor. Favorice burgers market segmentation are man and woman who come from upper middle class economy. The target market of Favorice Burger is customers of PS Mall. While positioning of favorice burger as alternative to have lunch/dinner practice but still full of nutrient. Its capital in amount of Rp 441.500.000 is from my own capital. Favorice Burger's payback period is about 1 year and 9 months. NPV result is in amount of Rp 255.229.750 and IRR 35,5 %. BEP of unit is 26.492 and BEP of Rupiah is in amount of Rp 321.102.94.*

Keywords : *Favorice BURGER*, burger

1. Pendahuluan

1.1 Sejarah Berdirinya Usaha

Di Indonesia, hampir seluruh masyarakat masih mengkonsumsi nasi sebagai makanan pokok sehari-hari walaupun banyak jenis makanan cepat saji yang masuk ke Indonesia seperti *pizza* dan *burger*. Nasi dianggap suatu makanan yang wajib bagi masyarakat sebagai asupan karbohidrat di dalam tubuh. Bahkan ada istilah yang mengatakan belum lengkap kalau belum makan nasi. Hal ini dipengaruhi oleh budaya yang turun temurun memasukkan nasi pada menu utama baik untuk makan pagi, siang, dan malam. Walaupun pemerintah pernah mencetuskan 1 hari tanpa nasi namun tidak mengurangi

minat mengonsumsi nasi sebanyak 3 kali sehari.

Dari fakta tersebut adanya peluang di bidang kuliner ini dengan membuat nasi sebagai makanan pokok menjadi lebih modern, praktis, dan sehat sehingga muncul ide untuk membuat *burger* nasi. Jika selama ini *burger* terbuat dari bahan pokok roti, maka dicoba untuk mengganti roti dengan nasi karena di Indonesia nasi adalah makanan pokok sedangkan di Eropa dan Amerika mengonsumsi roti sebagai asupan karbohidratnya.

Usaha *burger* nasi (*Favorice BURGER*) ini sendiri belum ada di Palembang, sehingga menjadi yang pertama untuk mempromosikan *burger* nasi. Usaha *burger* nasi ini punya prospek ke depan karena banyak hal yang mendukung hal itu,

dan yang paling utama adalah membuat produk inovasi dari makanan favorit Indonesia.

Favorice BURGER dapat menjadi salah satu pilihan berbagai kalangan baik pelajar, mahasiswa, karyawan, pebisnis dan ibu rumah tangga. Pada saat pelajar tidak membawa bekal dari rumah, solusinya adalah bisa menikmati *burger* nasi secara praktis yaitu dengan melakukan pesan antar (*delivery*) dengan pemesanan minimal 10 *burger*. Sering terjadi pada karyawan yang sibuk dan dikejar waktu bahkan sering tidak makan siang, maka produk ini adalah solusi yang tepat karena sambil jalan pun sudah bisa menikmati *burger* nasi. Usaha *burger* nasi baru ada di beberapa kota di Pulau Jawa. Dengan tidak adanya pesaing di kota Palembang, maka ini merupakan usaha yang pertama di Palembang.

1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Nilai-nilai (Budaya)

Visi

Menjadi usaha *burger* nasi nomor 1 di Indonesia.

Misi

- Melakukan promosi dengan cepat dan tepat untuk menjangkau pasar yaitu kalangan anak muda, komunitas, karyawan, dan umum.
- Menyelenggarakan proses riset dan inovasi secara berkesinambungan terhadap produk untuk menarik minat pasar
- Menjaga dan meningkatkan kualitas produk

Tujuan

- menciptakan suatu gaya hidup baru yaitu makan nasi dengan cara praktis.
- Menciptakan produk *burger* nasi yang berkualitas.

2. Gambaran Usaha

Favorice BURGER merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menjual *burger* dengan bahan pokoknya nasi, bukan roti. Lapisan *Favorice BURGER* diisi dengan menu utama daging ayam, rendang, dan ikan

Favorice BURGER merupakan satu inovasi dari produk *burger* yang selama ini menggunakan bahan pokok roti.

3. Aspek Pemasaran

3.1 Segmen Pasar, Target Pasar, dan Positioning

Segmentasi

Menurut Kotler (2008:h.59), segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli berbeda yang mempunyai kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda dan yang mungkin memerlukan produk atau program pemasaran terpisah.

Segmentasi yang ditetapkan pada usaha ini adalah pria maupun wanita dari anak-anak hingga dewasa, pada kelas ekonomi menengah ke atas, yang bertindak sebagai pengunjung maupun para karyawan serta pemilik *tenant* yang berada di lokasi usaha (*Mall*) serta para penduduk / karyawan di sekitar area *Mall* Palembang Square.

Target Pasar

Menurut Kotler (2008:h.59), target pasar adalah sekelompok konsumen yang merespon dengan cara yang sama terhadap sejumlah usaha pemasaran tertentu.

Target utama adalah pengunjung PS. Dari data manajemen PS, per hari kunjungan di PS Mall sekitar 40.000 orang (Tribunnews.com, 2013). Kami menargetkan karyawan PS mall, pelajar, mahasiswa, pebisnis, dan ibu rumah tangga.

Positioning

Menurut Kotler (2008:h.61), *positioning* adalah pengaturan produk untuk menduduki tempat yang jelas, berbeda, dan diinginkan relatif terhadap produk pesaing dalam pikiran konsumen sasaran.

Positioning dalam usaha burger nasi adalah alternatif makan yang lebih praktis namun tetap bergizi karena *burger* nasi mengandung karbohidrat, protein, dan vitamin. Hal ini didasarkan belum adanya usaha sejenis di Palembang ini. Oleh karena itu, burger nasi

memposisikan sebagai usaha kuliner untuk kelas menengah ke atas.

Favorice BURGER juga sebagai usaha yang menawarkan produk *burger* yang menggunakan bahan nasi sebagai pengganti roti. *Favorice BURGER* juga menawarkan produk yang memiliki varian rasa yaitu *burger* ayam, *burger* rendang, dan *burger* ikan.

3.2 Perkiraan Permintaan dan Penawaran

Berdasarkan data jumlah pengunjung PS Mall yaitu 40.000/hari kami menargetkan sekitar 0,25 % - 0,5% permintaan terhadap *burger* nasi setiap hari, untuk itu kami melakukan penawaran sebanyak 150 buah *burger* nasi.

3.3 Rencana Penjualan

Rencana penjualan *Favorice BURGER* dilakukan di wilayah PS Mall dan ditargetkan di tahun pertama mencapai 4500 unit dan diharapkan terus meningkat pada waktu berikutnya.

3.4 Analisis SWOT

Strength

- Burger Nasi Pertama di Palembang
Favorice BURGER merupakan usaha burger nasi pertama di Palembang. Ini menjadi kekuatan usaha ini karena masyarakat akan penasaran dengan produk ini. Hal ini mendukung proses promosi produk ke masyarakat Palembang.
 - Harga Lebih Terjangkau
Harga produk yang kami tawarkan berkisar 10.000 – 15.000 saja per burger nasi. Ini merupakan harga yang murah jika dibanding burger roti yang dijual pesaing yang berkisar 20.000 lebih.
 - Lokasi Strategis
Lokasi penjualan yang berada di PS Mall merupakan mall dengan total pengunjung per hari yang paling banyak di Palembang.
 - Jasa Pesan Antar
Favorice BURGER melayani pesan antar dengan pembelian minimal 10 burger nasi.
- #### **Weakness**
- Harga sewa yang tinggi
Harga sewa lokasi operasional *Favorice BURGER* terbilang cukup tinggi. Tingginya

biaya sewa ini akan berdampak pada biaya operasional yang kemudian akan berdampak pada harga produk yang ditawarkan. Solusinya adalah dengan terus meningkatkan penjualan sehingga harga sewa nantinya tidak lagi menjadi masalah.

- Ukuran counter yang kecil
Ukuran counter yang kecil membuat ruang gerak karyawan dalam proses produksi menjadi sangat terbatas, namun hal ini sudah ditanggapi dengan proses penyajian yang praktis sehingga karyawan *Favorice BURGER* tinggal menyajikan produk yang sudah setengah jadi.

Opportunity

- Pangsa pasar yang sangat besar di Palembang
Kami yang pertama bergerak dalam usaha burger nasi ini sehingga banyak sekali pangsa pasar di Palembang yang belum dijangkau.
- Masyarakat suka makan nasi
Nasi adalah makanan wajib orang Indonesia. Ini merupakan peluang yang mendukung usaha kami.

Threat

- Munculnya pesaing baru
Kemungkinan nanti akan muncul pesaing baru di Palembang sehingga kemungkinan mengurangi pangsa pasar *Favorice BURGER*.

3.5 Strategi Pemasaran Perusahaan terhadap Pesaing

Strategi yang dilakukan di awal adalah dengan menetapkan harga yang murah dengan tidak mengesampingkan kualitas produk. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan produk dan brand *Favorice BURGER* ini.

Strategi promosi yang dilakukan *Favorice BURGER* adalah sebagai berikut:

Bentuk promosi *Favorice BURGER* pada bagian periklanan adalah berupa :

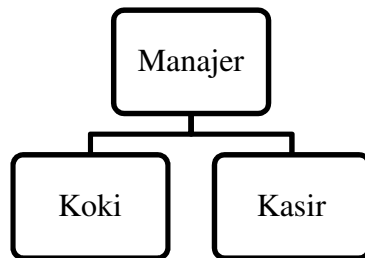
- Memasang iklan di Koran sumeks untuk target pasar umum.
- Mempromosikan *Favorice BURGER* secara online melalui jejaring sosial yaitu *facebook*, *twitter*, dan *blackberry messenger* untuk segmentasi anak muda.
- Melakukan kegiatan *sponsorship* di berbagai acara yang berhubungan langsung dengan pangsa pasar.

- Penjualan personal di awal kami lakukan secara langsung kepada keluarga, teman, kerabat, dan kolega. Strategi yang kami lakukan adalah dengan membuat *fan page* bagi konsumen *Favorice BURGER* yang masih muda.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1 Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Favorice BURGER memiliki 3 karyawan yaitu sebagai manajer, koki, dan kasir.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi *Favorice BURGER*

4.2 Perijinan

Favorice BURGER merupakan usaha yang tidak berbadan hukum, oleh karena ini untuk aspek perijinan usaha ini, perijinan yang dibutuhkan hanya SITU (Surat izin Tempat Usaha) dan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan). SITU dan SIUP ini harus diproses di Kantor pelayanan Perizinan Terpadu (KPPT) Palembang.

4.3 Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan

Sebelum kegiatan operasional berlangsung, ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan sebelumnya, yaitu kegiatan pra-operasional. Kegiatan pra operasional *Favorice Burger* membutuhkan waktu 12 minggu.

4.4 Inventaris Kantor dan *Supply* Kantor

Untuk menunjang operasional, dibutuhkan inventaris dan *supply* kantor. Sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan PMK-96/PMK.03/2009, Inventaris kantor adalah segala hal yang dipergunakan kantor dan memiliki umur ekonomis 4 – 8 tahun penggunaan, sedangkan *supply* kantor adalah segala sesuatu yang dipergunakan

kantor dengan umur ekonomis 1 tahun penggunaan.

5. ASPEK PRODUKSI

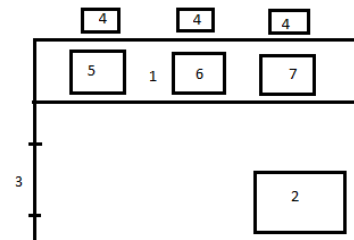
5.1 Pemilihan Lokasi

Lokasi produksi untuk usaha ini adalah sama dengan lokasi penjualan dan pemasarannya yaitu pada *Mall Palembang Square* yang berlokasi di Jl. Pom IX, Palembang. Pemilihan lokasi produksi, penjualan, dan pemasaran yang sama ini didasari oleh bentuk usaha kami yaitu pembuatan produk setelah diterimanya pesanan *customer* oleh kasir kami.

5.2 Rencana Tata Letak (*Layout*)

Favorice BURGER merupakan usaha yang dijalankan di dalam sebuah *counter* berukuran 2m², oleh karena itu untuk tata letaknya (*layout*) tidak dapat dibuatkan ke dalam bentuk denah. Oleh karena itu, kami memasukkan gambar tampak atas *design counter*.

Berikut di bawah ini adalah gambar tampilan *design counter* dari *Favorice BURGER* :



Gambar 5.2

Keterangan :

1. Meja
2. Lemari Es
3. Pintu keluar masuk karyawan
4. Kursi
5. Kompur
6. Talenan
7. Laptop
8. Tempat Piring, Sendok, dan alat masak lainnya.

5.3 Proses Produksi

Proses produksi pada *Favorice BURGER* dimulai pada saat *customer* melihat daftar menu, kemudian melakukan pemilihan produk. Untuk lebih rinci, pemilihan produk ini dilakukan dengan memilih burger ayam, burger sapi, atau burger ikan.

Setelah selesai menentukan pilihan produk, maka proses selanjutnya *customer* diharuskan melakukan pembayaran atas produk kepada kasir. Kemudian setelah proses pembayaran selesai, koki akan mulai membuat pesannya. Setelah burger nasi selesai dimasak maka akan dimasukkan dalam kemasan dan diberikan kepada *customer*.

5.4 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Selama operasionalnya *Favorice BURGER* membutuhkan bahan baku dan bahan pembantu proses produksi dan operasional seperti beras, daging ayam, daging sapi, daging ikan, tomat, timun, dan saos sambal.

5.5 Tenaga Produksi

Jumlah tenaga kerja yang akan dipekerjakan adalah sebanyak 3 orang. Tenaga kerja tersebut akan dipekerjakan sebagai manager, koki, dan kasir.

5.6 Mesin dan Peralatan

Mesin dan peralatan yang digunakan untuk memproduksi produk burger nasi ini masih sederhana. Peralatan yang dibutuhkan di antaranya adalah piring, kompor gas, isi gas tabung, spatula, teflon, pisau, dan talenan.

5.7 Tanah, Gedung, dan Perlengkapan

Favorice BURGER direncanakan akan dibuka di sebuah Mall, sehingga tidak memerlukan perencanaan tanah. *Favorice BURGER* akan menyewa salah satu lokasi *island* yang kosong di lantai 2, Mall Palembang Square.

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Dana

Sumber untuk permodalan usaha ini akan mempergunakan dana pribadi dikarenakan besarnya jumlah modal yang dibutuhkan

tidak terlalu besar dan masih dapat ditanggung sendiri. Persentase dari sumber permodalan ini adalah 100% dari modal sendiri yaitu sebesar Rp 441.500.000,-. Angka tersebut didapat dari total inventaris ditambah dengan modal kerja selama 1 tahun.

6.2 Rencana Kebutuhan Modal Investasi

Modal investasi awal adalah jenis modal yang harus dikeluarkan pada awal memulai usaha dan biasanya untuk jangka panjang.

6.3 Rencana Kebutuhan Modal Kerja

Menurut Agnes Sawir (2005;h.129) “Modal kerja adalah keseluruhan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan, atau dapat pula dimaksudkan sebagai dana yang harus tersedia untuk membiayai kegiatan operasi perusahaan sehari-hari” dan biaya yang dibutuhkan untuk kebutuhan modal kerja tiap bulan dengan asumsi memproduksi 4.500 paket burger nasi sebesar **Rp 34.625.000**

6.4 Analisis Kelayakan Usaha

Payback Period

Payback Period untuk *Favorice BURGER* adalah selama **1 tahun 9 bulan**.

Net Present Value

Hasil NPV adalah sebesar Rp 255.229.750, yang bernilai positif, maka dari itu investasi *Favorice BURGER* dinyatakan diterima.

Internal Rate of Return

Melihat dari hasil perhitungan IRR yaitu 35,5%, dan mempergunakan *BI rate* (sebesar 7,5%) sebagai perhitungan bunga pinjaman, dapat dinyatakan bahwa investasi *Favorice BURGER* melalui perhitungan IRR dinyatakan dapat diterima.

6.5 Analisa Keuntungan

Bagian analisa keuntungan merupakan suatu bagian yang digunakan untuk menunjukkan besarnya jumlah unit dan rupiah yang akan diperoleh *Favorice BURGER* selama tahun operasionalnya.

Untuk memperoleh besarnya jumlah unit dan rupiah tersebut, maka diperlukan perhitungan BEP (*Break Even Point*).

BEP atau *Break Even Point* digunakan untuk mengetahui *volume* penjualan yang harus dicapai pada titik impasnya (Jumingan 2009, h.426).

6.5.1 BEP dalam unit

Tahun Pertama

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp } 218.350.000}{\text{Rp } 12.000 - \text{Rp } 3.758} = 26.492 \text{ unit}$$

Tahun Kedua

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp } 218.350.000}{\text{Rp } 12.000 - \text{Rp } 3.758} = 26.492 \text{ unit}$$

Tahun Ketiga

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Rp } 218.350.000}{\text{Rp } 12.000 - \text{Rp } 3.758} \\ &= 26.492 \text{ unit} \end{aligned}$$

6.5.2 BEP dalam Rupiah

$$\text{BEP} = \frac{\text{Biaya tetap}}{1 - \frac{\text{biaya variabel satuan}}{\text{harga jual per satuan}}}$$

Tahun Pertama :

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp } 218.350.000}{1 - \frac{\text{Rp } 3.758}{\text{Rp } 12.000}}$$

$$= \text{Rp } 321.102.940$$

Tahun Kedua :

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp } 218.350.000}{1 - \frac{\text{Rp } 3.758}{\text{Rp } 12.000}}$$

$$= \text{Rp } 321.102.940$$

Tahun Ketiga :

$$\text{BEP} = \frac{\text{Rp } 218.350.000}{1 - \frac{\text{Rp } 3.758}{\text{Rp } 12.000}}$$

$$= \text{Rp } 321.102.940$$

Berdasarkan pada perhitungan BEP per rupiah di atas, diketahui bahwa *Favorice BURGER* perlu melakukan penjualan atas produknya sebesar Rp 321.102.940 pada tahun pertama, kedua, dan tahun ketiga untuk mencapai titik impasnya

6.6 Laporan Keuangan

Menurut Kasmir dan Jakfar (2009,h.110), laporan keuangan digunakan untuk menilai

perusahaan yang sudah berjalan beberapa periode. Tujuannya adalah untuk menilai apakah layak usaha baru tersebut dibiayai dan berapa besar pembiayaan yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan 2001, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Revisi Fakultas Universitas Indonesia, Jakarta.

Anonim 2012, *Jenis Ijin dan Persyaratan*, Diakses 3 Desember 2013, dari www.kppt.palembang.go.id

Kasmir dan Jakfar 2009, *Studi Kelayakan Bisnis*, Kencana, Jakarta.

Kemendag (2013). *Prosedur Surat Izin Usaha Perdagangan*. Diakses tanggal 2 Desember 2013, dari <http://www.satulayanan.net>

Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*, Erlangga, Jakarta.

Manurung, Marada 2013, *Prosedur Pembuatan SITU (Surat Izin Tempat Usaha)*, Diakses tanggal 2 Desember 2013, dari <http://marada08128.blogspot.com>

Mulyani Indrawati, Sri 2009, *Jenis-jenis Harta yang Termasuk dalam Kelompok Harta Berwujud Bukan Bangunan untuk Keperluan Penyusutan*, Diakses tanggal 15 Desember 2013, dari <http://www.sjdih.depkeu.go.id>

Palembang, Badan Pusat Statistik 2013, *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin pada Pertengahan Tahun 2013*, *Statistik Daerah Kota Palembang 2013*, 11010021671. BPS Kota Palembang, Palembang.

Palembang, Kota 2009, *Penduduk & Ketenagakerjaan:Jumlah Penduduk Kota Palembang Tahun 2006 – 2009*, Diakses tanggal 17 September 2013, dari <http://kota.palembang.go.id>

Paramitha, Niken dan Taufik Rachman 2013, *Penerapan PP 46 Tahun 2013 Untuk Keadilan Pajak*. Diakses tanggal 17 Desember 2013, dari <http://www.republika.co.id>

Pos, Palembang 2013, *Mall dipadati Pengunjung*, Diakses tanggal 7 September 2013, dari <http://Palembang-pos.com>

Suliyanto 2010, *Studi Kelayakan Bisnis*, Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana 2008, *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta.

Hadinata, Welly, dan Sudarwan 2011, *Mall di Palembang Diserbu Pengunjung*. Diakses 7 September 2013, dari <http://palembang.tribunnews.com>

Wibisono, D 2006, *Manajemen Kinerja: Konsep, Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*, Erlangga, Jakarta.